

ФРАНЧАЙЗИНГ (англ. – franchise, нем. – Franchise, фр. – francise – привилегия, льгота, особое право, предоставляемые определённому лицу), способ организации предпринимательской деятельности, при котором одно лицо (правообладатель) предоставляет другому лицу (пользователю) за вознаграждение комплекс исключительных прав (лицензионный комплекс), включающий право использования фирменного наименования правообладателя и нераскрытой информации, в т. ч. секретов производства (ноу-хау), а также других объектов интеллектуальной собственности (товарного знака, знака обслуживания и т. п.). В законодательстве Республики Беларусь также именуется комплексной предпринимательской лицензией. В рамках франчайзинговых отношений правообладатель предоставляет комплекс прав, с помощью которых пользователь имеет возможность организовать свой бизнес путём создания тех или иных хозяйственных объектов (магазинов, ресторанов, гостиниц и т. п.) и расширения рынка сбыта товаров и услуг.

Рассматривается также как договорный институт. Договор Ф. – двусторонний, возмездный, консенсуальный. Стороны договора – коммерческие организации и индивидуальные предприниматели. Предмет договора – предоставление правообладателем пользователю за вознаграждение комплекса исключительных прав, в частности, на следующие объекты: фирменное наименование; товарный знак или знак обслуживания; изобретения, полезные модели, промышленные образцы; объекты авторского права; нераскрытую информацию, в т. ч. секреты производства (ноу-хау). Предметом договора Ф. могут быть и такие объекты интеллектуальной собственности, как определённая коммерческая информация и опыт организации той или иной коммерческой деятельности, включающие в себя профессиональное обучение персонала, инструктажи по различным аспектам организации коммерческой деятельности: управление, создание сбытовой сети, эксплуатация оборудования, ведение учёта и отчётности, обслуживание клиентуры, приготовление фирменных блюд и т. п.

Договоры Ф. заключаются в письменной форме и подлежат регистрации в патентном органе (Государственное учреждение «Национальный центр интеллектуальной собственности» Государственного комитета по науке и технологиям Республики Беларусь).

Наиболее широкое применение Ф. имеет в международной торговле. Его использование, с одной стороны, позволяет расширить сферу влияния правообладателя на новых рынках, а с другой – даёт возможность для пользователя вести своё дело «под именем» и при поддержке уже известного в данной области бизнеса лица.

В.П. Мороз